

Copa do Mundo expõe limitações regulatórias sobre publicidade de bets

01/07/2026

O arcabouço legal e regulatório sobre a publicidade de casas de apostas, as chamadas bets, tem sido colocado à prova com a transmissão dos jogos da Copa do Mundo de 2026.

A CazéTV, detentora dos direitos de transmissão do mundial na internet, é alvo de apurações da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) e do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) por supostas práticas abusivas nos anúncios exibidos durante as partidas.

A Senacon, que é vinculada ao Ministério da Justiça, [apura se a CazéTV cumpre](#) normas de transparência sobre os riscos envolvidos nas apostas e lembra que a legislação “proíbe mensagens que incentivem apostas impulsivas, que sugiram ganhos fáceis ou minimizem os riscos da atividade”.

O Conar, por sua vez, abriu representações para analisar ações publicitárias de três casas de apostas anunciadas na CazéTV durante os jogos. [O órgão recomendou](#) a interrupção das peças por indícios de infração a regras de transparência e proteção de públicos vulneráveis, como crianças e adolescentes.

Para advogados ouvidos pela revista eletrônica

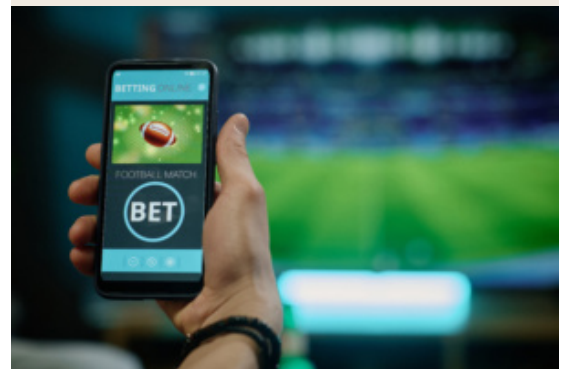
Consultor Jurídico, é preciso que as investigações determinem se a emissora cometeu infrações ou não. Eles avaliam, no entanto, que as leis e normas sobre o assunto dão margem para divergência e precisam de aprimoramento.

Responsabilidade social

As chamadas apostas de quota fixa foram criadas no Brasil pela [Lei 13.756/2018](#), mas esse texto não detalhou qualquer regra para a publicidade das empresas. Critérios mais claros só foram estabelecidos com a [Lei 14.790/2023](#), que regulamentou os sites de apostas em atividade e definiu regras rígidas para operação, fiscalização e tributação.

A nova legislação tornou obrigatória a veiculação de avisos sobre os riscos do jogo patológico e a restrição de idade estrita para maiores de 18 anos. Passou a ser expressamente proibido o uso de publicidade enganosa que prometa ganhos fáceis, ou que apresente a aposta como alternativa de emprego, investimento financeiro ou solução para problemas pessoais. A proteção aos menores também foi reforçada, nesta lei, com a proibição de marketing em escolas, universidades e em mídias direcionadas a crianças e adolescentes.

Freepik



Órgãos examinam legalidade de práticas das bets em transmissões ao vivo

No ano seguinte, a [Portaria 1.231/2024](#), do Ministério da Fazenda, definiu regras estritas de formato das peças publicitárias. O texto exige que as cláusulas de advertência que proíbem o jogo para menores devam ocupar, no mínimo, 10% do tamanho do anúncio, por exemplo.

O Conar, por sua vez, criou um anexo específico sobre publicidade de apostas no [Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária \(CBAP\)](#), que é atualizado periodicamente. O texto proíbe que os anúncios criem a “ilusão de controle” do apostador e estabelece que qualquer pessoa com papel de destaque nos anúncios praticando apostas deve ter e aparentar ter, no mínimo, 21 anos de idade.

Narrador-propaganda

Um dos principais questionamentos à CazéTV é o fato de que as bets vinham sendo divulgadas não apenas em anúncios no intervalo comercial, mas também pelos próprios participantes da transmissão durante as partidas. [O Conar informou](#) que está investigando a regularidade de “ofertas de modalidades específicas de apostas, vocalizadas por apresentadores e comentaristas”.

As leis e normas que regem o assunto, porém, não trazem nenhuma proibição expressa a essa prática. Para o advogado **João Bechara Calmon**, é preciso explicitar o que narradores, apresentadores e comentaristas podem fazer durante as transmissões.

“As inserções ao vivo devem ser aprimoradas. Seria salutar haver uma diferenciação entre quem é o locutor, quem é o comentarista e quem é o responsável pelo anúncio publicitário das bets”, afirma.

Segundo ele, a ausência de uma regulamentação específica para esses casos pode causar confusão entre o papel de cada um desses profissionais em um evento esportivo. “Não é admissível que o comentarista de um jogo também faça o anúncio de apostas. Isso causa conflito de interesse e coloca em dúvida a integridade da transmissão.”

O advogado **Maurício Stegemann Dieter** traça um paralelo para fazer a crítica à participação de comentaristas em anúncios de bets.

“Há uma clara confusão no jornalismo esportivo brasileiro entre a credibilidade e o tipo de produto que ele mostra. Você não vê um repórter fazer a previsão de tempo quente e depois fazer propaganda de picolé. Isso seria fazer publicidade de um tema diretamente vinculado ao que ele reporta.”

Álcool e cigarro

Calmon diz ver a Copa do Mundo como o principal teste para colocar em debate as regras para esse tipo de publicidade. “É um aprendizado para todos. É o primeiro grande evento esportivo familiar, que não é voltado apenas ao público que acompanha o esporte”, acentua.

Ele cita o horário dos jogos e faz uma comparação com a lei sobre bebidas alcoólicas e cigarro. “A propaganda de bebida alcoólica acontece a partir das 21h. Talvez haja um excesso de inserções de bet e seja necessário regular melhor para definir parâmetros mais adequados de



divulgação em uma partida às 14h, que também é assistida por crianças”, reflete.

Para o advogado **Ricardo Gloeckner**, as peças também precisam ter avisos mais eficazes de que as bets são voltadas para maiores de 18 anos, com avisos sobre a possibilidade de vício. “Precisamos estar em alerta para evitar casos de publicidade abusiva.”

Ele diz que a lei para propaganda de bets ainda é muito generalista. “E parece haver mais preocupação com a regularização do que com as consequências do jogo em si”, critica.

“Ao obrigar que as bets incluam aviso de danos, o órgão estatal tenta cumprir o seu papel”, salienta Dieter.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2026-jul-01/copa-do-mundo-expoe-falhas-regulatorias-sobre-publicidade-de-bets/>